

ANALISIS RANTAI NILAI INDUSTRI TENUN

DESA WISATA GAMPLONG

Diah Ayu Rini

diahayurini10@gmail.com

Sri Rahayu Budiani

srbudiani@yahoo.com

Abstract

Value chain analysis is used to see the distribution of supply of raw materials and marketing of industrial products. The research is located in Gamplong Tourism Village, Sleman regency. The aims of this research are 1) mapping the value chain of weaving industry in Gamplong Tourism Village, 2) identifying existing obstacles in the weaving industry in Gamplong Tourism Village, and 3) determining appropriate strategies to minimize the obstacles in the weaving industry in Gamplong Tourism Village. The analysis used in this research is descriptive analysis. The number of population is 47 industry actors and sampling method used is census method and snowball method. Data collection is done with structured and in-depth interviews to the weaving industry actors. Based on the results of the research, it is known that the household industry value chain differs from the small and medium industry value chain. Some of the obstacles to the Gamplong weaving industry are the length of the value chain, no labor regeneration, and less tourism village development. Therefore, strategies to reduce these obstacles are cutting the value chains, managing human resources, and increasing the promotion strategies.

Keywords: value chain, weaving industry, and Gamplong Tourism Village

Abstrak

Analisis rantai nilai digunakan untuk melihat persebaran pemasokan bahan baku dan pemasaran hasil produksi industri. Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Gamplong. Tujuan penelitian ini 1) memetakan rantai nilai Industri tenun di Desa Wisata Gamplong, 2) menemukan hambatan yang ada dalam industri tenun di Desa Wisata Gamplong, dan 3) menentukan strategi yang tepat untuk meminimalisir hambatan dalam industri tenun di Desa Wisata Gamplong. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 47 pelaku industri dan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sensus dan metode *snowball*. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara terstruktur dan mendalam kepada pelaku industri tenun. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa rantai nilai industri rumah tangga berbeda dengan rantai nilai industri kecil dan menengah. Beberapa hambatan industri tenun Gamplong adalah panjangnya rantai nilai, tidak ada regenerasi tenaga kerja, dan pengembangan desa wisata kurang optimal. Oleh karena itu, strategi untuk mengurangi hambatan tersebut adalah pemotongan rantai nilai, pengelolaan sumberdaya manusia, dan peningkatan strategi promosi.

Kata kunci : rantai nilai, industri tenun, dan Desa Wisata Gamplong

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses yang menyebabkan pendapatan perkapita penduduk meningkat dalam jangka panjang (Sukirno, 2003). Sektor industri mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi ditandai dengan perubahan struktur ekonomi masyarakat, terlebih industri rumah tangga. Adanya industri rumah tangga akan mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga dengan mendorong pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui produksi sendiri sehingga mampu mengurangi ketergantungan dengan barang luar dan memperluas lapangan pekerjaan (Hasanah dan Widowati, 2011).

Industri rumah tangga tersebut untuk terus bertahan memerlukan sebuah

strategi. Strategi merupakan suatu tindakan yang bersifat terus menerus atau kontinu, serta dilakukan berdasarkan pada sudut pandang tentang apa yang diharapkan di masa depan (Aulia dan Ikhwana, 2012). Tetapi, kenyataannya di lapangan industri rumah tangga banyak yang mengalami gulung tikar karena tidak mampu bersaing dengan industri besar lain dan kesejahteraan pemilik industri rumah tangga semakin menurun.

Salah satu industri yang terkenal di Kecamatan Moyudan adalah Industri tenun. Industri tenun di Desa Wisata Gamplong, Kecamatan Moyudan, Sleman merupakan salah satu industri rumah tangga yang terus bertahan dengan berbagai hambatan yang ada. Industri tenun pada daerah ini menggunakan Alat

Tenun Bukan Mesin (ATBM) atau alat tenun tradisional sejak tahun 1950an dengan hasil tenun berupa tenun gendong, serbet, belacu, dan stagen pada waktu itu.

Perkembangan teknologi mempunyai pengaruh besar terhadap jenis tenun yang dikembangkan karena inovasi para pengrajin akan semakin berkembang. Namun, menurut Ketua Paguyuban Industri Tenun Gamplong, industri tenun mengalami penurunan produktivitas karena produksi tenun kurang kreatif dan akhirnya beberapa industri tenun tidak dapat mengikuti perkembangan zaman dan akhirnya beralih pada industri lainnya. Permasalahan lainnya yang ada menurut Ketua Paguyuban Industri Tenun Gamplong yaitu harga bahan baku yang semakin tinggi dan sulit diperoleh, tenaga kerja yang memproduksi tenun dominan lansia, pemasaran menurun, inovasi pengrajin yang kurang berkembang, dan rendahnya pengetahuan mengenai perkembangan teknologi. Permasalahan tersebut dipicu oleh beberapa hal seperti harga bahan baku, tenaga kerja, dan pemasaran sehingga perlu kajian mendalam mengenai aktivitas rantai nilai industri tenun ini. Oleh karena itu, jumlah industri tenun semakin lama mengalami penurunan dan banyak yang beralih ke industri lain atau sektor usaha lainnya. Sehingga jumlah industri di Kecamatan

Moyudan tetap mengalami peningkatan namun, jumlah industri tenun mengalami penurunan karena persaingan yang semakin ketat.

Analisis rantai nilai (*value chain*) akan mampu membantu dalam pengambilan keputusan strategis dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat (Friska, 2010). Rantai nilai menggambarkan cara memandang suatu perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mengubah input (bahan mentah) menjadi output yang bernilai bagi pelanggan (barang jadi). Analisis rantai nilai ini akan membantu dalam menentukan posisi perusahaan sehingga mampu menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan dan menyelesaikan hambatan yang ada dalam aktivitas primer industri seperti pengadaan logistik dalam, operasi, pengadaan logistik luar, penjualan dan pemasaran, dan pelayanan (Porter, 1998).

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut: 1). Memetakan rantai nilai Industri tenun di Desa Wisata Gamplong, 2). Menemukan hambatan yang ada dalam industri tenun di Desa Wisata Gamplong, 3). Menentukan strategi yang tepat untuk meminimalisir hambatan dalam industri tenun di Desa Wisata Gamplong

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku industri tenun sebanyak 47 pelaku industri. Metode sampling yang digunakan adalah sensus untuk pelaku industri dan snowball untuk distributor pemasaran. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif menggunakan tabel frekuensi, cross tab, dan regresi. Analisis rantai nilai digunakan untuk mengetahui pola aktivitas pemasokan bahan baku hingga pemasaran serta digunakan untuk mengetahui hambatan pada masing-masing aktivitas industri dan merumuskan strategi untuk meminimalisir hambatan tersebut.

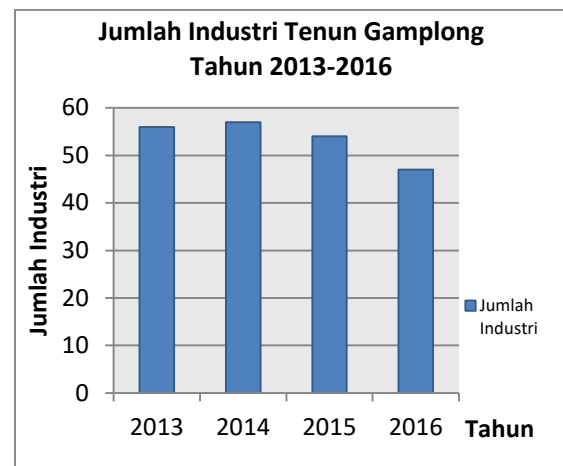
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Industri Tenun Gamplong

Desa Wisata Gamplong merupakan salah satu dusun yang berada di Desa Sumberahayu, di mana Desa Wisata ini terkenal dengan kerajinan tenun ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin). Industri tenun ini sudah ada sejak tahun 1950an hingga sekarang.

Gambar 1. menunjukkan bahwa jumlah industri tenun Gamplong setiap tahunnya secara umum mengalami penurunan. Pengrajin tenun mengalami penurunan sejak tahun 2008 dan sampai

saat ini hanya terdapat beberapa industri kerajinan tenun yang masih beraktivitas. Hasil kerajinan yang diproduksi telah mengalami beberapa perubahan dengan menyesuaikan perkembangan zaman. Dahulu jenis kerajinan yang diproduksi stagen dan lendang, kemudian hasil produksi sekarang telah berkembang yaitu alas piring, serbet, tas, dan kerajinan lainnya.



Gambar 1. Jumlah Industri Tenun Gamplong Tahun 2013-2016

Berdasarkan jumlah tenaga kerja, industri di Desa Wisata Gamplong dapat dibedakan menjadi 3 seperti pada Tabel 1. Sebagian besar industri di Desa Wisata Gamplong adalah industri rumah tangga dengan sebagian besar produk tenun berupa stagen dan serbet. Sedangkan, industri kecil dan menengah produk tenun yang dihasilkan lebih beragam yaitu stagen, serbet, alas piring, tikar, tas, dan sebagainya.

Tabel 1 Jenis Industri Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja di Desa Wisata Gamplong

No	Jenis Industri	Jumlah	Persentase
1	Industri Rumah Tangga	30	63.8
2	Industri Kecil	12	25.5
3	Industri Menengah	5	10.6
	Total	47	100.0

Sumber: Data Primer

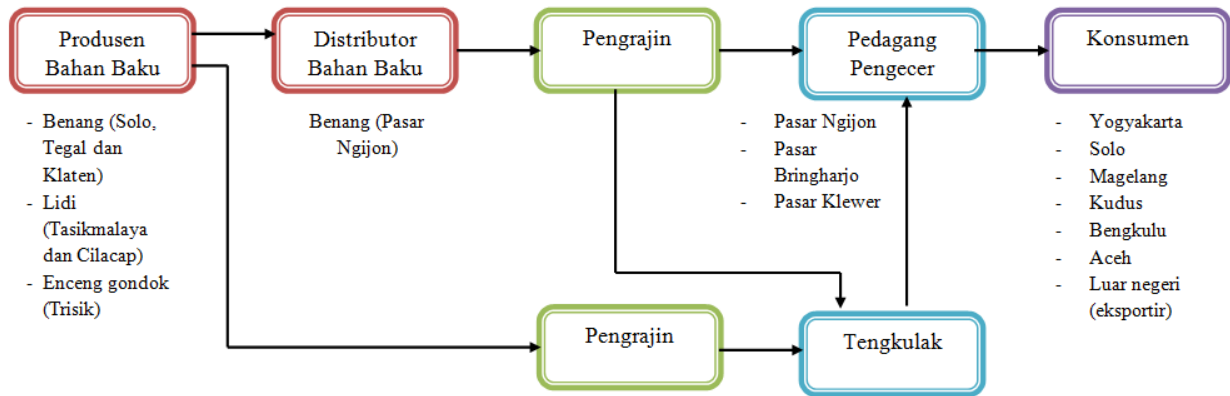
B. Rantai Nilai Industri

Struktur rantai nilai dibedakan berdasarkan lima unsur yaitu *end markets* (pasar akhir), usaha dan lingkungan penunjang, hubungan vertikal, hubungan horisontal, *supporting markets* (pasar pendukung). Dinamika rantai nilai terdiri dari peningkatan (*upgrading*), pengaturan rantai nilai, kekuasaan yang digunakan oleh perusahaan dalam hubungan antar mereka, kerjasama dan persaingan antar perusahaan, dan alih informasi dan hasil pembelajaran antar perusahaan (Campbell, 2008).

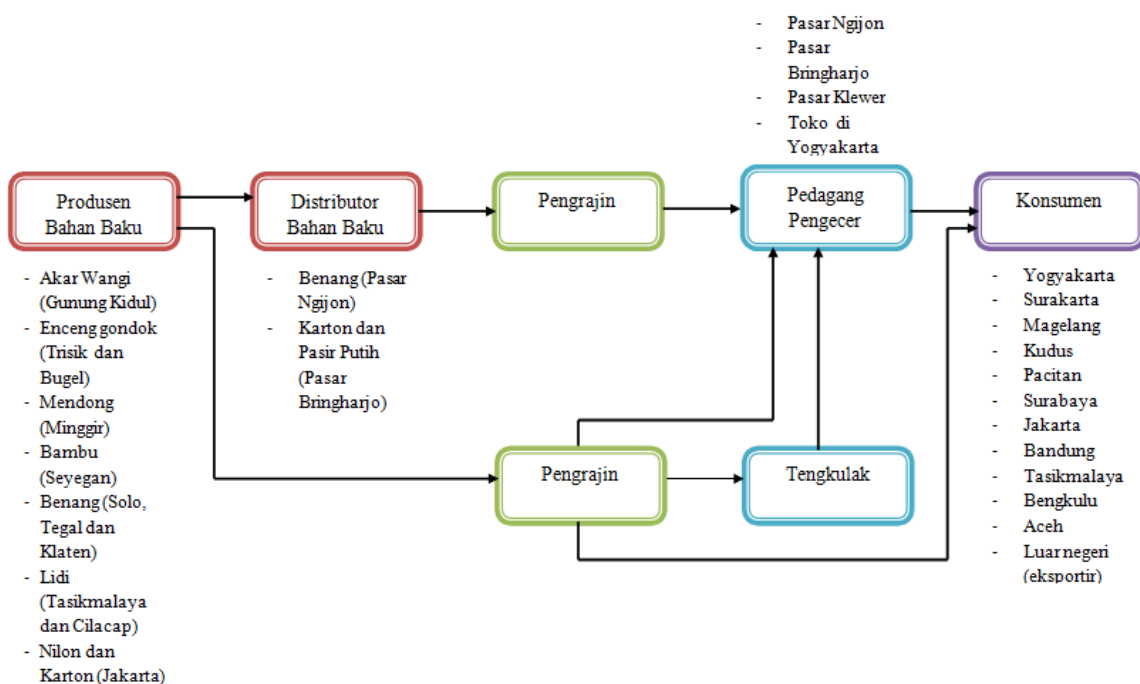
Struktur rantai nilai di setiap industri tenun Desa Wisata Gamplong berbeda baik dalam aktivitas pemasokan bahan baku sampai pemasaran hasil

produksi. Perbedaan ini disebabkan oleh asal bahan baku, jumlah bahan baku yang digunakan, dan proses pemasaran setiap industri di mana hal tersebut dipengaruhi oleh individu dan kelembagaan. Rantai nilai industri tenun Gamplong dibedakan menjadi dua yaitu rantai nilai industri rumah tangga dan rantai nilai industri kecil menengah.

Rantai nilai industri rumah tangga menunjukkan bahwa pengolahan bahan mentah hingga sampai ke tangan konsumen harus melewati 4 sampai 5 rantai atau tangan seperti pada Gambar 2. Pada rantai nilai industri tersebut produsen bahan baku memasarkan hasil produksi kepada distributor maupun langsung memasarkannya pada pengrajin tenun. Sebagian besar industri rumah tangga melakukan pengambilan bahan baku secara eceran di Pasar Ngijon. Hal ini dilakukan karena modal yang dimiliki tidak besar dan jumlah tenaga kerja hanya keluarga atau kurang dari 4 orang. Sehingga pelaku industri rumah tangga tidak mampu memproduksi stagen maupun serbet dalam jumlah besar. Hasil produksi industri rumah tangga dipasarkan melalui dua perantara yaitu tengkulak dan pedagang pengecer di Pasar Ngijon dan Pasar Bringharjo.



Gambar 2. Rantai Nilai Industri Rumah Tangga Tenun Gamplong



Gambar 3. Rantai Nilai Industri Kecil dan Menengah Tenun Gamplong

Rantai nilai industri kecil dan menengah pada Gambar 3 menunjukkan bahwa pengolahan bahan mentah hingga sampai ke tangan konsumen harus melewati 4 sampai 2 rantai atau tangan. Produsen bahan baku melakukan pemasaran melalui dua perantara yaitu distributor dan langsung kepada pengrajin. Sebagian besar industri kecil dan

menengah mendapatkan bahan baku tenun langsung berasal dari produsen bahan baku. Pemasaran hasil produksi industri kecil dan menengah ini dipasarkan melalui tengkulak, pedagang pengecer, dan langsung kepada konsumen.

Pemasaran langsung kepada konsumen akan memberikan keuntungan

yang lebih baik pelaku industri maupun konsumen karena anata konsumen dan pelaku industri dapat melakukan negosiasi tersendiri dan keuntungan yang didapatkan lebih besar (Kotler dan Andreasean, 1985). Pemasaran langsung kepada konsumen ini dilakukan atas permintaan konsumen dengan kata lain konsumen melakukan pemesanan kerajinan sesuai dengan keinginan konsumen baik jumlah, bentuk, dan harga yang diinginkan.

Industri tenun Desa Wisata Gamplong mempunyai beberapa jenis rantai nilai industri baik industri rumah tangga dan industri kecil menengah. Aliran rantai nilai dimulai dari produsen bahan baku, produsen tenun, distributor, pedagang pengecer, dan konsumen. Tabel 2. menunjukkan peranan masing-masing pelaku dalam mata rantai melakukan aktivitasnya mulai dari produsen bahan baku hingga konsumen di Industri Tenun Gamplong.

Tabel 2. Pelaku Mata Rantai dan Perannya

No	Pelaku	Peran
1	Produsen Bahan Baku	<ul style="list-style-type: none"> • Memproduksi bahan baku seperti benang, enceng gondok, lidi, dan pewarna • Melakukan kerjasama
2	Distributor Bahan Baku	<ul style="list-style-type: none"> • Mendistribusikan bahan baku • Meningkatkan nilai tambah bahan baku seperti melakukan pewarnaan benang, pewarnaan lidi
3	Produsen Tenun	<ul style="list-style-type: none"> • Memproduksi tenun • Menjual hasil akhir tenun • Menyeleksi
4	Distributor	<ul style="list-style-type: none"> • Mengumpulkan dan membeli tenun dari produsen tenun • Menyeleksi tenun • Menyimpan • Memasok/menjual ke pedagang pengecer
5	Pedagang Pengecer	<ul style="list-style-type: none"> • Mendistribusikan/menjual tenun ke konsumen
6	Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Pengguna produk tenun

Sumber: Data Primer



Gambar 4. Peta Pemasokan Bahan Baku Industri Tenun Gamplong



Gambar 5. Peta Pemasaran Industri Tenun Gamplong Skala Nasional

Berdasarkan Gambar 4. Lokasi pengambilan bahan baku berasal dari beberapa luar wilayah produksi yaitu

langsung pada produsen pertama. Pengambilan bahan baku melalui produsen bahan baku pertama dilakukan oleh

beberapa pelaku industri yang tergabung dalam paguyuban. Adanya Paguyuban tersebut mempermudah pelaku industri dalam memperoleh layanan, keterampilan dan informasi antar perusahaan, menguntungkan antar perusahaan, meningkatkan akses industri terhadap pasar, dan mengurangi risiko pasar (Champbell ,2008). Namun, terdapat beberapa industri yang melakukan pemasokan bahan baku melalui distributor seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Industri Berdasarkan Cara Perolehan Bahan Baku

No	Cara Perolehan	Jumlah Industri Rumah Tangga	Jumlah Industri Kecil Menengah
1	Produsen Bahan Baku	6	13
2	Distributor Bahan Baku	24	4
	Total	30	17

Sumber: Data Primer

Kerjasama antara pelaku rantai nilai memberikan dampak positif bagi kedua belah pihak seperti dalam aktivitas pemasokan bahan baku dan pemasaran. Pemasaran industri tenun Gamplong cukup luas yakni mencapai skala internasional melalui eksportir. Namun, lokasi pemasaran industri tenun Gamplong masih

dominan di Pulau Jawa seperti pada Peta Lokasi Pemasaran (Gambar 5). Adanya sebuah kerjasama tersebut membantu pelaku industri dalam meningkatkan keuntungan suatu perusahaan. Hal tersebut merupakan strategi yang ditentukan oleh pelaku industri dalam aspek saluran distribusi pemasaran barang produksi industri. Dalam rangka menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen maka industri harus benar-benar memilih saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi dapat menghambat dan memacetkan usaha dalam menyalurkan barang atau jasa tersebut (Lubis, 2004).

Harga yang ditawarkan masing-masing pelaku rantai nilai berbeda-beda karena didasarkan pada biaya transportasi yang digunakan seperti terlihat pada Tabel 4. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa harga produk tenun setiap berpindah tangan mengalami peningkatan harga jual. Hal tersebut menyebabkan harga yang diterima oleh konsumen semakin tinggi. Oleh karena itu, semakin panjang rantai nilai maka semakin tinggi harga yang ditawarkan dan nilai tambah barang juga dapat semakin meningkat karena adanya perubahan atau penambahan pada barang yang dipasarkan

Tabel 4. Harga Produk Tenun Berdasarkan Rantai Nilai

No	Produk	Pengrajin → Tengkulak	Tengkulak → Pedagang Pengecer	Pedagang Pengecer → Konsumen
1	Stagen	Rp 15.000,00 – Rp 16.000,00	Rp16.000,00 – Rp 18.000,00	Rp 19.000,00 – Rp 20.000,00
2	Serbet	Rp 1.800,00 – Rp 2.000,00	Rp 2.300,00 – Rp 2.700,00	Rp 2.500,00 – Rp 3.000,00
3	Alas Piring	Rp 2.500,00 - Rp 2.750,00	Rp 2.750,00 – Rp 2.900,00	Rp 2.900,00 – Rp 3.250,00

Sumber: Data Primer

C. Hambatan dan Strategi Industri

Penyebab gagal berkembangnya suatu industri adalah kurang pengalaman, kemampuan berhubungan rendah, lokasi tidak strategis, dan daya saing tinggi (Fristia dan Navastara, 2014). Industri tenun Desa Wisata Gamplong setiap tahunnya mengalami penurunan jumlah industri. Hal tersebut diakibatkan oleh beberapa hal mulai dari pemasokan bahan baku, produksi, dan pemasaran. Secara umum kekurangan dari industri tenun Gamplong adalah rendahnya produktivitas, pengelolaan keuangan rendah, dan pemasaran rendah.

Produktivitas yang rendah disebabkan oleh tenaga kerja lansia dan alat tenun tenun yang digunakan masih sederhana atau ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) seperti pada Gambar 5. Setiap tenaga kerja per hari mampu memproduksi

3-4 buah stagen, sedangkan industri tenun dengan mesin mampu memproduksi stagen sebanyak 10 buah per hari. Di sisi lain, produktivitas tenaga kerja lansia ini juga semakin lama mengalami penurunan karena tenaga tenaga lansia semakin berkurang. Dampak positif penggunaan ATBM adalah mampu menarik pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi desa wisata dan membeli produk tenun Gamplong. Selain itu, penggunaan ATBM merupakan suatu cara untuk melestarikan budaya di mana penggunaan ATBM ini sudah ada sejak tahun 1950an hingga sekarang.

Permasalahan lainnya adalah tidak adanya regenerasi tenaga kerja di mana sebagian besar tenaga kerja usia muda lebih memilih bekerja di pabrik daripada di industri tenun. Oleh karena itu, jumlah

tenaga kerja terampil dalam industri tenun semakin berkurang sehingga nantinya akan memberikan dampak negatif untuk keberlangsungan industri.



Gambar 5. Tenaga Kerja Lansia Industri Tenun Gamplong

Modal juga menjadi permasalahan dalam industri tenun ini. Setiap industri tenun Gamplong mempunyai modal awal yang berbeda-beda, di mana modal awal pemilik industri adalah uang dan ATBM. Perbedaan modal yang digunakan oleh setiap pengusaha akan memberikan pengaruh yang berbeda dalam tingkatan pendapatan, kemampuan produksi, orientasi pasar dan kelangsungan industri itu sendiri, sehingga kekurangan modal uang sangat membatasi ruang gerak aktivitas yang ditujukan untuk meningkatkan pendapatan (Soraya, 2011). Permasalahan lainnya muncul karena modal yang ada atau keuntungan dari penjualan digunakan untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari karena biaya hidup semakin meningkat dan

sebaliknya penggunaan biaya sehari-hari untuk pemenuhan modal.

Strategi adalah suatu tindakan yang bersifat terus menerus dan didasarkan pada sudut pandang tentang apa yang diharapkan di masa depan (Aulia dan Ikhwana, 2012). Strategi tersebut juga dirumuskan berdasarkan kelebihan dan kekurangan industri tenun. Berdasarkan hasil lapangan kelebihan dari industri tenun adalah pembuatan Dusun Gamplong menjadi desa wisata industri tenun, penggunaan ATBM untuk melestarikan budaya, dan produk tenun beragam. Hal tersebut menjadi faktor pendorong datangnya wisatawan atau konsumen kepada pelaku industri tenun.

Perencanaan keuangan akan membantu pemilik industri untuk mengelola keuangan sehingga kondisi keuangan industri akan lebih baik. Pengelolaan sumberdaya manusia juga menjadi suatu strategi yang penting untuk meningkatkan produktivitas dengan membuat pelatihan keterampilan tenun dan pembelajaran mengenai prospek pemasaran industri tenun kepada tenaga kerja muda sehingga mereka akan lebih tertarik pada industri tenun karena industri tenun dianggap menjanjikan. Secara umum hambatan dan strategi yang dapat dikembangkan oleh pelaku industri tenun dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perumusan Strategi Industri Tenun Gamplong
Berdasarkan Hambatan pada Masing-Masing Aktivitas Industri

No	Aktivitas Industri	Hambatan Industri	Strategi Industri
1	Pemasokan bahan baku	Sebagian besar industri mengambil bahan baku melalui distributor	Pengelolaan pemasokan bahan baku dengan pemotongan rantai nilai yaitu pengambilan bahan baku pada produsen pertama
		Kenaikan harga bahan baku dan ketersediaan bahan baku terbatas	
		Pengelolaan keuangan rendah	Perencanaan keuangan
2	Produksi	Produktivitas rendah diakibatkan oleh rendahnya tahun sukses, tenaga kerja lansia, alat tenun tradisonal	Pengelolaan sumber daya manusia
		Inovasi rendah	Meningkatkan hubungan dengan konsumen dan kelembagaan dan peningkatan jenis produk tenun
3	Pemasaran	Prospek pemasaran rendah	Strategi produk dengan pembuatan logo produk dan peningkatan jenis produk tenun
			Strategi harga dengan membaca kondisi pasar
		Penggunaan teknologi rendah	Strategi promosi ditingkatkan dengan penggunaan internet
		Sebagian besar industri memasarkan hasil produk melalui distributir dan pedagang pengecer	Strategi distribusi dengan pemasaran langsung kepada konsumen dan mengembangkan desa wisata

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Rantai nilai produk industri tenun secara keseluruhan terdiri dari enam aktor, yaitu pemasok bahan baku, distributor bahan baku, pelaku industri tenun, distributor, pedagang pengecer, dan konsumen.
2. Hambatan industri tenun dibedakan menjadi tiga berdasarkan aktivitas industri. Hambatan pada aktivitas pemasokan bahan baku adalah sebagian besar industri mengambil bahan baku melalui distributor, kenaikan harga bahan baku dan ketersediaan bahan baku terbatas, dan rendahnya pengelolaan keuangan. Hambatan pada aktivitas produksi adalah produktivitas rendah diakibatkan oleh rendahnya tahun sukses, tenaga kerja lansia, alat tenun tradisional dan inovasi rendah. Sedangkan, hambatan pada aktivitas pemasaran adalah prospek pemasaran rendah, penggunaan teknologi rendah, dan sebagian besar industri memasarkan hasil produk melalui distributir dan pedagang pengecer.
3. Perumusan strategi didasarkan pada hambatan pada setiap aktivitas industri. Strategi pada aktivitas pemasokan

bahan baku adalah pemotongan rantai nilai dengan pengambilan bahan baku pada produsen pertama dan perencanaan keuangan. Strategi pada aktivitas produksi adalah pengelolaan sumber daya manusia dan meningkatkan hubungan dengan konsumen dan kelembagaan dan peningkatan jenis produk tenun. Sedangkan, strategi yang dapat dirumuskan untuk aktivitas pemasaran adalah strategi produk dengan pembuatan logo produk dan peningkatan jenis produk tenun, strategi harga dengan membaca kondisi pasar, strategi promosi ditingkatkan dengan penggunaan internet, dan strategi distribusi dengan pemasaran langsung kepada konsumen dan mengembangkan desa wisata.

SARAN

1. Pengambilan bahan baku oleh pelaku industri tenun sebaiknya langsung melalui produsen bahan baku dan pemasaran hasil produksi tenun langsung kepada konsumen sehingga keuntungan yang didapatkan lebih besar.
2. Perencanaan keuangan merupakan salah satu strategi penting dalam mengembangkan sebuah usaha karena jumlah pemasukan dan pengeluaran dapat dikendalikan.

3. Pengembangan Desa Wisata Gampong yang lebih baik akan memberikan dampak positif bagi pelaku industri, masyarakat sekitar, maupun pemerintah daerah. Pengembangan Desa Wisata Gampong dapat dilakukan dengan peningkatan promosi desa wisata dan pengelolaan desa wisata yang lebih menarik serta tetap menjunjung budaya daerah sehingga nantinya konsumen akan tertarik untuk mengunjungi Desa Wisata Gampong dan pelaku industri dapat berhubungan baik dengan konsumen.
4. Untuk penelitian berikutnya, lebih baik menganalisis mengenai faktor yang mempengaruhi produktivitas Industri Tenun Gampong, karena dengan analisa produktivitas tersebut akan membantu pelaku industri dalam mengembangkan industri tenun.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, Dewi dan Andri Ikhwana. (2012). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra Dengan Pendekatan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus Di Pabrik Sutra Tiga Putra). *Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut* Vol 10 No 1 halaman 1-12
- Campbell, Ruth. 2008. Kerangka Kerja Rantai Nilai. *Majalah Frontier*. Edisi Juli 2008. Hal 3-4. Jakarta. USAID - Magister Manajemen FE Universitas Indonesia – SENADA
- Friska, S.(2010). Value Chain Analysis (Analisis Rantai Nilai) Untuk Keunggulan Kompetitif Melalui Keunggulan Biaya. *Jurnal Ekonom*, Vol 13 No 1 Halaman 36-44
- Fristia, Vinza Firqina dan Navastara, Ardy Maulidy.(2014). Faktor Penyebab Belum Berkembangnya Industri Kecil Batik Desa Kenongo Kecamatan Tulangan-Sidoarjo. *Jurnal Teknik Pomits* Vol. 3, No. 2, (2014) ISSN: 2337-3539
- Hasanah, E. U., dan Widowati, P. (2011). Analisis Produktivitas Tenaga Kerja Pada Industri Rumah Tangga Krecek di Kelurahan Segoroyoso. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* Vol 2 No 2
- Kolter, Philip dan Andreasean, Alan R. (1995). *Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba*. Yogyakarta: UGM Press
- Lubis, Arlina Nurbaity. (2004). Peranan Saluran Distribusi Dalam

Pemasaran Produk Dan Jasa. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*

Porter, M.E., (1998). *On Competition*. Boston: Harvard Business School Publishing

Soraya, Putri. (2011). Studi Industri Kerajinan Serat Agel Di Desa

SalamrejoKecamatan Sentolo Kabupaten Kulon Progo. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Sukirno, Sadono (2003). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat